

RESEPSI KHALAYAK TERHADAP KAMPANYE KRISIS

IKLIM PADA INSTAGRAM @Kpop4Planet

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

JAKARTA

2022

RESEPSI KHALAYAK TERHADAP KAMPANYE KRISIS

IKLIM PADA INSTAGRAM @Kpop4Planet

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Ali Irfani Aziz
NIM : 180900077
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Krisis Iklim Pada Instagram @Kpop4Planet
Jumlah Halaman : XV + 92 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 28 Buku; 1 Jurnal; 1 Internet

ABSTRAK

Kehadiran akun Instagram @Kpop4Planet merupakan salah satu akun yang memanfaatkan sosial media sebagai platform untuk berkampanye mengenai krisis iklim lingkungan di dunia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap kampanye krisis iklim pada Instagram @Kpop4Planet.

Landasan Teori yang digunakan adalah Teori Resepsi dan menggunakan Landasan Konseptual Komunikasi, Media Sosial, Instagram, Resepsi, Kampanye dan Khalayak/Audiens

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Analisis data menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Pada penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data Focus Group Discussion. Paradigma post-positivisme, Analisis data mencakup kegiatan proses: Reduksi Data, Penyajian data, dan Kesimpulan/Validasi.

Focus Group Discussion menunjukan bahwa setiap informan memberikan pemaknaan (decoding) terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi yaitu Dominan, Negosiasi, Oposisi. Perbedaan pemaknaan khalayak terjadi karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda seperti kelas sosial, pendidikan, dan budaya.

Dari hasil tersebut diketahui bahwa resepsi khalayak terhadap akun Instagram @Kpop4Planet berada diposisi dominan dimana informan menganggap kegiatan kampanye krisis iklim Instagram @Kpop4Planet memiliki tujuan yang baik untuk menjaga lingkungan dan mengurangi krisis iklim di dunia, isi pesan menarik untuk dilihat sehingga menarik khalayak untuk mengikuti dan berkontribusi dalam kegiatan kampanye krisis iklim.

Kata Kunci : *Kampanye PR, Instagram, Teori Resepsi*
Pembimbing I : **Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom**
Pembimbing II : **Sandra Olilia, M.Si**

The Faculty of Social and Political Sciences
University of Satya Negara Indonesia

<i>Name</i>	: Ali Irfani Aziz
<i>Student's Registration Number</i>	: 180900077
<i>Field of Study</i>	: Communication Science
<i>Specialization</i>	: Public Relation
<i>Audience Reception of Climate Crisis Campaign on Instagram @Kpop4Planet.</i>	
<i>Pages</i>	: XV + 92 Pages + Attachment
<i>Bibliography</i>	: 28 Books; 2 Jurnal Online + 1 Internet

ABSTRACT

The presence of the Instagram account @Kpop4Planet is one of the accounts that use social media as a platform to campaign on the environmental climate crisis in the world. The purpose of this study is to determine the audience's reception of the climate crisis campaign on Instagram @Kpop4Planet.

The theoretical basis used is the Reception Theory and uses the Conceptual Basis of Communication, Social Media, Instagram, Reception, Campaigns and Audience Theory.

The research method used is a qualitative approach. Data analysis using Stuart Hall reception analysis. In qualitative research, the data collection technique used is a Focus Group Discussion. Constructivism paradigm, Data analysis includes process activities: Data Reduction, Data Presentation, and Conclusions/Validation.

Focus Group Discussion showed that each informant gave meaning (decoding) to media messages through three possible positions, namely Dominant, Negotiated, and Opposition. Differences in audience meaning occur because each individual has a different background, such as social class, education, and culture.

From these results it is known that the audience reception of the Instagram account @Kpop4Planet is in the dominant position of the informant considering climate campaign activities where Instagram @Kpop4Planet has a good purpose to protect the environment and reduce the climate crisis in the world, the content of the message to attract the attention of the audience to follow and contribute to activities climate crisis campaign

Key Note : PR Campaign, Instagram, Reception Theory

Advisor 1 : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

Advisor 2 : Sandra Olifia, M.Si